

Marketing basato sul benessere degli animali d'allevamento



Per molto tempo la normativa ha rappresentato il modo più comune per tutelare il benessere degli animali d'allevamento. Più recentemente però, data la richiesta sempre maggiore da parte dei consumatori di prodotti alimentari di qualità e di una produzione alimentare più etica, il benessere degli animali d'allevamento sta emergendo come area dal potenziale valore aggiunto per produttori, dettaglianti e altri operatori della filiera alimentare.

Per supportare l'impegno dei diversi anelli della filiera, Welfare Quality[®] ha preso in esame l'impatto di queste nuove richieste dei consumatori e le attuali risposte dell'industria. La ricerca condotta nell'ambito del progetto Welfare Quality[®] in Norvegia, Svezia, Olanda, Regno Unito, Francia e Italia, ha preso in esame il modo in cui le informazioni sul benessere degli animali vengono trasmesse dall'azienda di allevamento allo scaffale del supermercato, con un duplice scopo: ottenere un maggiore valore aggiunto del prodotto e un più ampio branding etico.

Benessere degli animali e differenziazione dei prodotti

La segmentazione dei prodotti alimentari e delle relative gamme viene controllata da due gruppi principali in base al benessere degli animali:

- consumatori, che cercano di acquistare prodotti dalle aziende di allevamento che applicano alti standard in termini di benessere, e
- operatori della filiera alimentare (dettaglianti, aziende di lavorazione, produttori, cooperative di produttori) che esercitano e mostrano le proprie responsabilità etiche.

Dalla ricerca di Welfare Quality[®] emerge che la segmentazione del mercato opera in due modi, spesso correlati fra di loro: a) attraverso l'uso di garanzie specifiche relative ai prodotti e b) l'inclusione di condizioni di benessere all'interno dei sistemi di tutela della catena di distribuzione.

Con un elenco e una valutazione dettagliati dei prodotti alimentari, per i quali si afferma di tenere conto del benessere degli animali e che sono a disposizione dei consumatori in tutta Europa, la ricerca di Welfare Quality[®] evidenzia un uso significativo del benessere degli animali come elemento per la differenziazione dei prodotti.

Sull'etichetta di un gran numero di prodotti alimentari di origine animale vengono riportate affermazioni percepite come correlate al benessere degli animali, come "free range" (biologico), "grass fed" (animali nutriti ad erba), "outdoor reared" (allevamento all'aperto), "absence of growth promoters" (senza sostanze che promuovono la crescita) e "slower growth" (crescita lenta). In alcuni paesi sono stati identificati più di 100 prodotti simili.

Ciononostante, la ricerca di Welfare Quality[®] ha dimostrato anche che condizioni di benessere specifiche entrano sempre più spesso a far parte di sistemi di controllo qualità utilizzati da aziende di macellazione, di trasporto e d'allevamento.

Questa nuova strategia dimostra che il benessere degli animali spesso è importante per ottenere accesso a un mercato e che, rispetto ai dati registrati da un censimento basato unicamente su etichette riconoscibili, sta entrando sul mercato un numero sempre maggiore di prodotti conformi a standard supplementari. Ciò sta a indicare che il benessere degli animali sta diventando un componente di concetti di qualità più ampi. Non solo, ma testimonia anche l'impegno etico



Questa ricerca è stata condotta nell'ambito del primo sottoprogetto di Welfare Quality®

e prende in esame l'opinione della società e le pratiche fra i consumatori, gli allevatori e i dettaglianti, nonché il loro impatto sul benessere degli animali. La ricerca valuta anche fino a che punto siano realizzabili nella pratica nuove strategie di benessere. Responsabile del sottoprogetto è Unni Kjærnes, Unni.Kjærnes@sifo.no

Questa scheda è disponibile sul sito di Welfare Quality®: www.welfarequality.net. Su questo sito vengono elencati anche altri argomenti come "Principi e criteri per il benessere degli animali" e "Migliorare la sopravvivenza dei suinetti" in documenti facili da scaricare.



e alla qualità da parte dei fornitori alimentari nei confronti dei consumatori.

Benessere degli animali e qualità dei prodotti

Nonostante l'applicazione sempre maggiore delle condizioni necessarie per il benessere degli animali rilevata dal nostro studio, il numero di schemi specifici per l'etichettatura in base al benessere degli animali è molto basso. In generale, il miglioramento del benessere degli animali viene comunicato ai consumatori in tre modi:

- l'uso attivo di affermazioni relative al benessere degli animali riportate sull'imballaggio dei prodotti;
- l'uso di etichette dedicate che supportano un sistema di produzione particolare che dovrebbe offrire un migliore benessere degli animali;
- e la combinazione di una serie di caratteristiche auspicabili per i prodotti trasmessa implicitamente attraverso un marchio.

Dalla ricerca di Welfare Quality® si deduce che, mentre numerosi produttori e fornitori di prodotti alimentari accolgono positivamente il maggior numero di condizioni per il benessere come elementi per la differenziazione dei prodotti e dei marchi, l'uso di etichette specifiche dedicate relative al benessere degli animali non ottiene un ampio consenso. Standard più severi per il benessere degli animali vengono considerati un contributo alla qualità del prodotto, oltre che l'impegno alla qualità da parte del produttore e del fornitore. Per questo motivo il benessere degli animali viene affiancato solitamente da altre "qualità" del prodotto, come la natura, la tradizione, i vantaggi ambientali e la produzione organica, rispondendo così a numerosi interessi e preoccupazioni del consumatore. In tutta Europa, emergono chiare differenze, per esempio la preferenza di francesi e italiani spesso cade sulle qualità gastronomiche, mentre i paesi nordici collegano più spesso il benessere degli animali alle questioni ambientali.

Benessere degli animali e valore aggiunto

Il benessere degli animali è un componente del valore aggiunto. Anche se migliori condizioni per il benessere degli animali possono contribuire a un incremento dei prezzi dei prodotti di base, le condizioni di scarso benessere si stanno rivelando altrettanto costose. I costi sono dovuti a effetti nocivi sulla salute degli animali, sulla produttività e sulla qualità del prodotto, e al fatto che i produttori a volte non sono in grado di accedere a mercati dei prodotti di qualità o di rispondere alla domanda dei consumatori. La ricerca di Welfare Quality® svolta in diversi paesi europei ha dimostrato in che modo i gruppi di produttori, le aziende di lavorazione e i dettaglianti hanno risposto a questo potenziale in modi diversi. Ciononostante, rimangono ancora alcune sfide comuni.

Data la natura del mercato premium, solo alcuni tagli possono essere venduti come prodotti di qualità premium che traggono vantaggio da un'aggiunta di valore, per cui rimane l'opportunità di trovare un mercato premium per il maggior numero possibile di prodotti provenienti da animali allevati secondo alti standard di benessere. Le procedure di valutazione, essenziali per la validità delle garanzie relative al benessere, devono essere abbastanza flessibili da supportare le richieste dei vari marchi e incoraggiare i miglioramenti in termini di benessere lungo tutta la filiera alimentare. La valutazione di Welfare Quality® offrirà uno strumento flessibile per completare i vari impegni del mercato in termini di benessere e, attraverso l'introduzione di parametri basati sugli animali, fornirà maggiore chiarezza alle garanzie relative al benessere. Sia i fornitori che i consumatori possono trarre vantaggio da un'adeguata regolamentazione e dalla sinergia dei meccanismi di mercato mirati a ottenere una maggiore qualità in termini di benessere per gli animali d'allevamento in Europa.

Per maggiori informazioni:

Dott. Emma Roe, E.J.Roe@soton.ac.uk and
Prof. Henry Buller, H.Buller@exeter.ac.uk

Coordinatore del progetto

Prof. Dr Harry J. Blokhuis, The Netherlands
harry.blokhuis@hnh.sl.u.se

Ufficio progetto Welfare Quality®

Animal Sciences Group of Wageningen UR
Postbox 65, 8200 AB Lelystad
The Netherlands
Phone: +31 320 293503
Fax: +31 320 238050
e-mail info@welfarequality.net

www.welfarequality.net

Welfare Quality® è un progetto di ricerca europeo focalizzato all'integrazione del benessere degli animali nella filiera di qualità degli alimenti. Il progetto intende conciliare le esigenze della società e la domanda del mercato, per realizzare sistemi di monitoraggio in allevamento, sistemi di informazione sui prodotti e strategie pratiche specifiche per migliorare il benessere degli animali allevati. Quarantaquattro istituti e università, che rappresentano tredici paesi europei e quattro paesi dell'America latina partecipano a questo progetto di ricerca integrato.

Welfare Quality® è cofinanziato dalla Commissione europea, nell'ambito del 6° Programma quadro, contratto n. FOOD-CT-2004-506508

Il testo rappresenta le opinioni degli autori e non costituisce necessariamente una posizione della Commissione che non è responsabile per l'uso di tali informazioni.